Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 11 (1) 2022: 87-100

Jurnal Kajian Manajemen Bisnis

http://ejournal.unp.ac.id/ index.php/jkmb

ISSN: 2302-6359; e-ISSN: 2622-0865

Peran pemerintah, masyarakat dan daya tarik wisata terhadap *revisit intention* wisatawan pantai Kota Pariaman

Afriyeni Afriyeni[1*], Bakaruddin Bakaruddin[2], Sintia Safrianti[3]

[1]Akademi Keuangan dan Perbankan Padang, Padang, Indonesia

[2]Universitas Muhammadiyah Riau, Pekan Baru, Indonesia

[3]Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH, Bengkulu, Indonesia

INFO ARTIKEL

Diterima 8 April 2022
Disetujui 15 Juni 2022
Diterbitkan 3 Desember 2022

Kata Kunci:
Peran pemerintah; peran masyarakat; daya tarik wisata; *revisit intention* wisatawan

ABSTRAK

Industri pariwisata dipandang sebagai industri yang berkembang pesat, dimana salah satu tren utama dipasar pariwisata adalah wisata pantai. Daya tarik wisata pantai sangat menentukan terjadinya kunjungan ulang dari wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Penelitian ini dilakukan untuk menguji peran pemerintah, masyarakat dan daya tarik wisata terhadap *revisit intention* wisatawan dengan daya tarik wisata sebagai pemediasi. Responden yang digunakan sebanyak 296 orang. Pengambilan sampel dengan metode convenience sampling. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pemerintah dan masyarakat berdampak terhadap daya tarik wisata dan *revisit intention* wisatawan pantai Pariaman. Disamping itu, temuan penelitian ini juga menjelaskan pengaruh mediasi variabel daya tarik wisata dalam hubungan antara peran pemerintah dan peran masyarakat terhadap *revisit intention* wisatawan di pantai Pariaman.

DOI:10.24036/jkmb.11681600

Keywords:
The role of government; the role of society; tourist attraction; tourist's revisit intention

ABSTRACT

The tourism industry is seen as a rapidly growing industry, where one of the main trends in the tourism market is beach tourism. The attractiveness of beach tourism will determine the occurrence of repeat visits from tourists to a tourist destination. This study examined the role of government, community, and tourist attraction in the revisit intention of tourists with tourist attraction as a mediator. Respondents used as many as 296 people. Sampling with the convenience sampling method. The analytical model used in this research is Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). The results of the study indicate that the role of the government and the community has an impact on tourist attraction and revisits the intention of Pariaman beach tourists. In addition, the findings of this study also explain the mediating effect of the tourist attraction variable in the relationship between the role of the government and the role of the community on the revisit intention of tourists at Pariaman beach.

How to cite: Afriyeni, A., Bakaruddin, B, dan Safrianti, S. (2022), Peran pemerintah, masyarakat dan daya tarik wisata terhadap *revisit intention* wisatawan pantai Kota Pariaman. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 11 (2)*, 87-100. https://doi.org/10.24036/jkmb.116816000

* *Corresponding author: afriyeni.yen@gmail.com*

PENDAHULUAN

Wisata merupakan kegiatan atau aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke tempat/daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya (UNWTO, 2013; Robinson, Lück, & Smith, 2017). Wisata itu banyak

jenisnya, satu di antaranya adalah wisata pantai. Wisata pantai adalah salah satu tren utama di pasar pariwisata global dan dipandang sebagai industri yang berkembang pesat (Dodds & Holmes, 2018).

Di Indonesia, tidak sedikit kegiatan wisata yang dikembangkan pada kawasan pantai. Mengingat pentingnya peran pariwisata dalam peningkatan kualitas hidup manusia dan pengembangan kawasan, maka berbagai upaya perlu dilakukan guna mempertahankan atau meningkatkan peran pariwisata sehingga dapat menjaga keberlangsungannya (Kusuma et al., 2017). Dengan demikian, apabila kawasan wisata terkelola dengan baik, maka wisatawan akan merasakan adanya kenyamanan dalam aktivitas wisatanya dan akan meningkatkan loyalitas bagi wisatawan tersebut (WU & Hayashi, 2014).

Dalam literatur pariwisata, mengeksplorasi niat kunjungan wisatawan (*revisit intention*) merupakan salah satu fokus utama dalam beragam jenis pariwisata (Lam & Hsu, 2006). Niat kunjungan wisatawan dapat dilihat sebagai perilaku perjalanan masa depan yang diantisipasi. Konsep *revisit intention* telah dianggap sebagai faktor utama yang sangat berkorelasi dengan perilaku aktual. Banyak destinasi sangat bergantung pada kunjungan berulang, sehingga hal ini perlu dikaji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang pada destinasi wisata.

Pemerintah memiliki tanggung jawab dalam pengembangan pariwisata, dimana minimal ada empat hal yang dilakukan, yaitu dalam perencanaan daerah, pembangunan terhadap fasilitas utama dan pendukung pariwisata, membuat kebijakan pariwisata, kemudian pembuatan dan penegakan peraturan (Nugraha, 2021). Kemudian masyarakat di kawasan wisata juga memiliki peran penting dalam pengembangan dan keberlanjutan sebuah destinasi. Hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Bentuk peran pemerintah secara garis besar adalah menyediakan infrastruktur (tidak hanya dalam bentuk fisik), memperluas berbagai fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparatur pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum keluar negeri (Idris et al., 2019). Peran masyarakat dalam hal ini bisa menjadi pelaku wisata atau sebagai penduduk penghuni yang dekat dengan lokasi wisata tersebut, dimana keberadaan masyarakat di kawasan wisata juga dapat membantu memenuhi kebutuhan wisatawan. Seperti menjadi pemandu wisata, aksi penghijauan, sebagai informan, membantu bila terjadi masalah dilokasi wisata dan juga berperan dalam tindakan penyelamatan bila terjadi bencana atau musibah ditempat wisata.

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi yang ada di Indonesia dan juga merupakan salah satu tujuan/destinasi utama pariwisata di Indonesia. Sumatera Barat memiliki banyak jenis objek wisata seperti wisata laut, pantai, gunung dan danau. Selain itu Sumatera Barat juga dikenal memiliki banyak budaya dan suku bangsa dan lainnya sehingga menjadikan Sumatera Barat sebagai destinasi yang sangat menarik untuk dikunjungi baik wisata pantai maupun wisata budayanya.

Pariaman sebagai salah satu kota yang ada di Sumatera Barat memiliki potensi pariwisata laut dan pantai yang cukup besar. Kota Pariaman menjadi daerah tujuan wisata di Sumbar karena memiliki objek wisata pantai yang indah, seperti Pantai Kata, Pantai Gandoriah, Pantai Tiram, Pulau Angso Duo, Pulau Kasik dan lainnya. Kuliner dan alam serta kebudayaan adalah magnet kuat untuk menarik wisatawan ke Kota Pariaman. Dua pertiga dari daerah yang ada di Kota Pariaman berupa wilayah pesisir, dan pada wilayah tersebut terdapat berbagai potensi sumberdaya kelautan dan perikanan yang sangat beragam. Ditambah lagi Kota Pariaman bisa dicapai dalam waktu 40 menit dari lokasi Bandara Internasional Minang Kabau (BIM) dan berjarak 70 Km dari Kota Padang. Ini adalah potensi-potensi yang tidak dimiliki oleh daerah lain selain Kota Pariaman.

Jumlah kunjungan pada destinasi wisata di Kota Pariaman menjadi indikator dalam melihat dan mengetahui apakah wisata di daerah ini menjadi pilihan bagi wisatawan, baik nusantara maupun mancanegara sebagai tempat tujuan wisata mereka. Berikut perkembangan jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara (tabel 1):

Tabel 1.
Perkembangan jumlah wisatawan di kota Pariaman Tahun 2009 – 2020

Tahun	Kunjungan Wisata Nusantara (orang)	% Perubahan	Kunjungan Wisata Mancanegara (orang)	% Peru-bahan	Jumlah (orang)	% Perubahan
2009	609.699	5,00	75	5.63	609.774	5,00
2010	640.184	5,00	79	5.33	640.263	5,00
2011	705.500	10,20	81	2,53	705.581	10,20
2012	750.200	6,34	120	48,15	750.320	6,34
2013	791.624	5,52	34	-71,67	791.658	5,51
2014	1.233.668	55,84	73	114,71	1.233.741	55,84
2015	2.674.523	116,79	1.146	1.469,86	2.675.669	116,87
2016	2.675.699	0,04	687	-40	2.676.386	0
2017	3.099.310	15,83	690	0.44	3.100.000	15,83
2018	3.320.825	7,15	1.735	1.514	3.322.560	7,18
2019	3.925.086	18,19	258	- 85,13	3.925.344	18,14
2020	112.278	- 97,14	-	-	112.278	- 97,14

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman (Pariaman, 2021)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat terjadi peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya kecuali untuk tahun 2020, hal ini disebabkan oleh kondisi pandemi Covid 19, dimana semua kawasan wisata tidak boleh dibuka. Sehingga hal ini sangat berdampak terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Pariaman. Untuk wisatawan nusantara dengan jumlah peningkatan yang cukup besar, sedangkan untuk wisatawan mancanegara masih jauh lebih kecil jumlahnya.

Data kunjungan wisatawan ke Pantai Pariaman memperlihatkan bahwa ternyata Kota Pariaman belum menjadi tujuan wisata utama di Sumatera Barat bila dibandingkan dengan tempat wisata lain yang ada di Sumatera Barat maupun di tingkat nasional. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pemerintah setempat dan pengelola wisata di Kota Pariaman. Peran pemerintah, peran masyarakat dan daya tarik wisata terhadap pengembangan dan kemajuan wisata pantai Pariaman perlu dikaji agar dapat diketahui sejauhmana peran dari masing-masing pihak dapat menjadi penentu dalam meningkatkan jumlah kunjungan pada destinasi wisata pantai Kota Pariaman.

Dari sisi daya tarik wisata, Pantai Pariaman memiliki keunikan tersendiri dibanding dengan destinasi yang lain. Daya tarik wisata sebuah destinasi dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung dan apabila kepuasan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan, maka akan berdampak terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang (*revisit intention*) ke destinasi tersebut.

Niat beli (*purchase intention*) dalam hubungannya dengan kunjungan wisatawan dalam pembelian jasa wisata disebut sebagai *behavioral intention to visit.* Pengembangan konseptualisasi model hubungan antara kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai layanan, dan kepuasan serta pengaruh relatifnya terhadap perilaku niat beli seperti yang dikemukakan oleh Baker & Crompton (2000) bahwa kepuasan telah terbukti menjadi prediktor yang baik dari *revisit intention* wisatawan. Menurut Hu et al., (2009) persepsi kualitas layanan yang dirasakan merupakan tanggapan kognitif terhadap jasa yang ditawarkan, sedangkan kepuasan secara keseluruhan merupakan respon emosional yang didasarkan pada fenomena pandangan secara menyeluruh.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh peran pemerintah, peran masyarakat dan daya tarik wisata terhadap niat untuk berkunjung kembali (*revisit intention*) wisatawan pantai Kota Pariaman. Kebaharuan dari penelitian ini adalah menemukan model pengembangan kawasan wisata pantai untuk meningkatkan *revisit intention* wisatawan.

KAJIAN LITERATUR

Peran Pemerintah

Dalam upaya pengembangan kawasan wisata dan kelangsungannya juga menjadi tanggung jawab bagi pemerintah setempat. Karena hal ini juga akan berdampak terhadap kemajuan destinasi wisata daerah tersebut. Pemerintah dalam hal ini sangat berperan dalam membantu dan memfasilitasi sarana dan prasarana destinasi wisata didaerahnya. Karena dari sisi wisatawan akan memilih destinasi wisata yang mampu memberikan keamanan dan kenyamanan dalam aktivitas wisatanya. Sehingga dapat menimbulkan kepuasan bagi wisatawan. Apabila sebuah kawasan wisata yang tidak dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang baik dan lengkap, maka hal ini akan menimbulkan image yang tidak baik, sehingga akan berdampak pada rendahnya kunjungan terhadap kawasan tersebut. Dengan demikian, peran pemerintah dan pelaku wisata sangat dibutuhkan dalam pembangunan dan pengembangan suatu destinasi wisata (Afandi et al., 2017). Selain itu, bila destinasi wisata sudah dikelola dengan baik, maka akan menjadi daya tarik dan mampu menimbulkan keinginan bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang (*revisit intention*).

Peran pemerintah dalam mengembangkan pariwisata secara garis besar adalah menyediakan infrastruktur (bukan hanya berbentuk fisik), melakukan koordinasi antara pemerintah dengan pihak swasta, memperluas berbagai fasilitas dan promosi secara umum (Idris et al., 2019).
Hipotesis terkait hal ini dikemukakan sebagai berikut:

H1: Peran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata pada kawasan wisata pantai di Kota Pariaman

H2: Peran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap revisit intention wisatawan pantai Kota Pariaman.

Peran Masyarakat

Peran masyarakat dalam pengembangan sebuah kawasan wisata sangat besar, apalagi masyarakat lokal yang berada di kawasan wisata tersebut. Masyarakat dalam hal ini bisa menjadi pelaku wisata atau sebagai penduduk penghuni yang dekat dengan lokasi wisata tersebut. Keberadaan masyarakat di kawasan wisata juga dapat membantu memenuhi kebutuhan wisatawan. Dalam penelitian Afandi et al., (2017) masyarakat Pulau Gili Noko ikut berperan aktif terhadap jalannya aktifitas pengembangan destinasi wisata Pulau Gili Noko, mengoptimalkan kinerja organisasi dengan ikut berpartisipasi di dalamnya, selalu berkoordinasi dengan pemerintah terkait arah pengembangan destinasi wisata, menjadikan kearifan lokal masyarakat yang bermata pencaharian sebagai nelayan untuk menjadi daya tarik wisata, ikut menjaga lingkungan destinasi wisata yang masih alami dan mengikuti pelatihan untuk keorganisasian pariwisata atau pembuatan usaha pariwisata baik barang maupun jasa.

Penelitian Buana & Sunarta (2015) menunjukkan bahwa adanya partisipasi masyarakat dalam mengelola lingkungan di kawasan Pantai Sanur, melalui penyuluhan kepada masyarakat desa Sanur dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat dan pengelola Pantai Sanur akan perlunya menjaga kebersihan dan tidak membuang sampah ke sungai karena akan berdampak pada pantai dimana sungai yang mengalir ke pantai tentu akan membawa sampah yang mencemari air pantai. Curry (2000), juga mengemukakan bahwa masyarakat adalah pemilik daya tarik wisata, oleh karena itu, mereka harus dilibatkan dalam pengambilan keputusan tentang sumber daya pariwisata di daerahnya. Dengan demikian hal ini juga dapat menimbulkan revisit intention wisatawan terhadap suatu destinasi wisata karena pengelolaannya melibatkan masyarakat disekitar kawasan wisata. Dengan demikian hipotesis terkait hal ini dikemukakan sebagai berikut:

H3: Peran masyarakat berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata pada kawasan wisata pantai Pariaman

H4: Peran masyarakat berpengaruh signifikan terhadap revisit intention wisatawan pantai Pariaman.

Daya Tarik Wisata

Kegiatan pariwisata muncul disebabkan karena di wilayah tersebut terdapat obyek yang unik, spesifik dan menarik untuk dikunjungi. Hakekat wisata adalah adanya keunikan, kekhasan, keanekaragaman, perbedaan, kelokalan dan orisinalitas (Inskeep & Mills, 2005), sehingga dapat menarik orang untuk melakukan perjalanan wisata. Terdapat berbagai faktor penentu dari daya tarik wisata seperti faktor budaya, keunikan, keramahtamahan, biaya, kualitas layanan dan promosi (Kirom et al., 2016). Strategi dari pengelola wisata diperlukan untuk mengenalkan dan mempertahankan kepada wisatawan/calon wisatawan tentang daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu destinasi. Salah satu hal terpenting yang bisa menarik wisatawan untuk berkunjung adalah adanya keunikan dari suatu destinasi wisata tersebut. Karena apabila semakin unik tempat wisata tersebut, maka akan semakin menarik wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Vengesayi, Mavondo, & Reisinger, (2009) objek wisata adalah aset inti pariwisata yang dimiliki oleh sebuah destinasi wisata. Atraksi pada destinasi wisata menentukan dimana wisatawan menikmati liburan mereka yang mencakup semua bentuk sumber daya, baik alami maupun buatan manusia, warisan, sejarah, budaya, pelanggan, karya seni tradisional, ragam masakan, musik, dan kerajinan tangan yang menarik minat para pengunjung (Goeldner & Ritchie, 2012).

Elemen utama daya tarik wisata adalah atraksi wisata, dimana hal ini menjadi motivator utama bagi wisatawan dan menjadi alasan yang mendasar dalam memilih suatu destinasi (Ariana, 2017). Ada beberapa alasan lain yang berkontribusi dan mampu meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata, seperti iklim, cuaca dan keindahan alami (Vengesayi et al., 2009). Faktor-faktor ini memiliki banyak kontribusi pada karakter destinasi pesisir dan pulau terpencil.

***Revisit Intention* Wisatawan**

Revisit intention atau niat mengunjungi kembali diartikan sebagai probabilitas pelanggan untuk secara sadar melakukan pembelian kembali produk atau layanan dalam waktu dekat (Ameer, 2013). Kunjungan kembali merupakan keputusan yang dibuat oleh pelanggan/konsumen untuk melanjutkan kembali hubungan antara pelanggan dengan penyedia produk dan jasa/layanan. Pengertian ini dianggap sebagai anteseden langsung dari perilaku. Implikasinya dalam penelitian terhadap definisi *revisit intention* adalah wisatawan akan melakukan tindakan kunjungan ulang diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku pasca kunjungan dalam jangka waktu tertentu.

Niat mengunjungi kembali mengacu pada kesediaan wisatawan atau rencana untuk mengunjungi tujuan yang sama lagi (Scott, 2004). Sebuah destinasi wisata menganggap penting terjadinya *revisit intention* wisatawan, karena biaya untuk mempertahankan pengunjung yang lama jauh lebih sedikit daripada biaya untuk menarik pengunjung baru (Um et al., 2006). Berbagai faktor yang ada seperti daya tarik wisata dan kemampuan pelaku wisata dalam memenuhi keinginan dan kepuasan dari wisatawan serta faktor eksternal lainnya seperti kondisi alam, keamanan dan kenyamanan dari suatu destinasi wisata menjadi penentu dalam pengembangan dan kelangsungan destinasi wisata. Menurut Badarneh et al. (2001) beberapa faktor yang mempengaruhi wisatawan melakukan kunjungan ulang pada suatu destinasi wisata seperti faktor kepuasan, keamanan dan pengalaman perjalanan yang dirasakan setelah melakukan kegiatan wisata pada suatu destinasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Alegre dan Cladera (2009) juga menunjukkan bahwa kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) berpengaruh signifikan terhadap *intention to return* wisatawan ke destinasi Balearic Islands. Hasil penelitian Bintarti dan Kurniawan (2017) menemukan bahwa kepuasan (*experiential satisfaction*) berpengaruh positif terhadap *revisit intention* pada objek wisata di Bekasi.

Upaya yang dilakukan pemerintah melalui pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan kunjungan ulang wisatawan (Basiya & Rozak,

2012). Menurut Nurjannah (2019) pemerintah daerah sangat berperan dalam mengembangkan potensi pariwisata daerahnya yakni sebagai motivator, fasilitator dan dinamisator dalam pengembangan pariwisata sehingga hal ini akan berdampak terhadap peningkatan jumlah kunjungan dan kunjungan ulang wisatawan. Kemudian dari sisi lain, peran pemerintah dalam pengembangan objek wisata tidak akan dapat berjalan sendiri tanpa adanya kerjasama dengan pihak lain apalagi dukungan masyarakat. Dampak dari hal ini akan meningkatkan potensi dan daya tarik wisata, sehingga mampu menarik wisatawan dan meningkatkan kunjungan ulang terhadap destinasi tersebut.

Hasil temuan Wiratini, Setiawan, & Yuliarmi, (2018) menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan kembali wisatawan, indikator-indikator yang mendukung variabel daya tarik wisata dalam penelitiannya yaitu adanya keunikan, keaslian, manfaat yang diperoleh serta keindahan dari daya tarik wisata tersebut. Keunikan dari suatu daya tarik wisata yang tidak dapat ditemukan di tempat lain akan memberikan kepuasan kepada wisatawan. Keaslian dari suatu daya tarik wisata memiliki peranan yang penting, karena wisatawan akan lebih tergugah dan merasakan suatu kepuasan dengan menikmati suatu daya tarik wisata yang masih asli, dengan udara yang segar, jauh dari kebisingan, wisatawan dapat menikmati ketenangan dari daya tarik wisata tersebut. Sama halnya dengan temuan yang dilakukan oleh Nurlestari (2016) menemukan adanya pengaruh langsung daya tarik wisata terhadap niat kunjungan ulang wisatawan di Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor.

Berdasarkan beberapa temuan ini, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

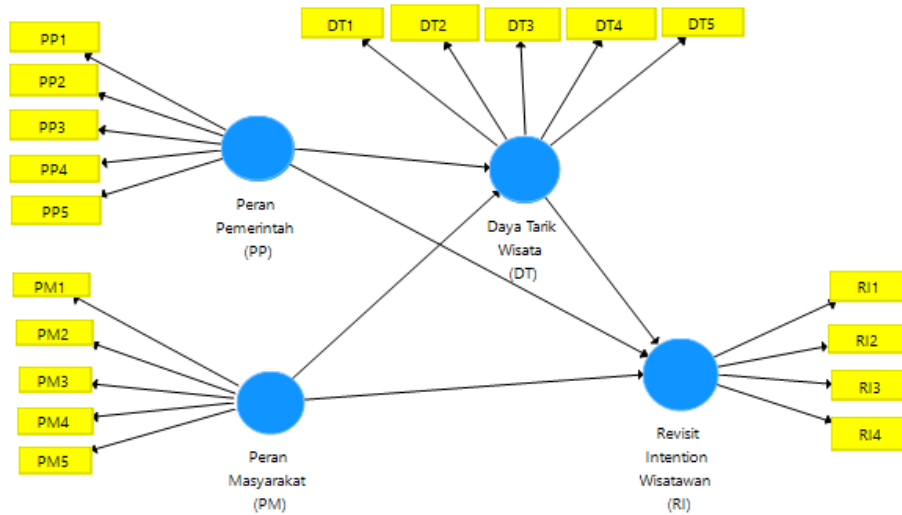
H5: Daya tarik wisata berpengaruh terhadap *revisit intention* wisatawan Pantai Pariaman.

H6: Peran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap revisit intention wisatawan yang dimediasi oleh daya tarik wisata pantai Pariaman.

H7: Peran masyarakat berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* wisatawan yang dimediasi oleh daya tarik wisata.

METODE

Penelitian dilakukan di Kota Pariaman yang berada di Provinsi Sumatera Barat, yakni objek wisata pantai yang ada disepanjang pesisir Kota Pariaman. Populasinya adalah wisatawan yang pernah mengunjungi tempat wisata pantai di Kota Pariaman dengan sampel sebanyak 296 orang. Menurut Hair et al., (2019) bahwa banyaknya sampel sebagai responden dapat disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuisioner, dengan asumsi n x 8 *observed variable* (*indicator*). Dalam penelitian ini jumlah item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur 8 indikator adalah 37 item, dengan demikian jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 296 (sama dengan 8 dikali dengan 37 item pertanyaan). Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala likert 1 - 5.

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui dua tahap, pertama, dilakukan uji coba untuk 30 responden yang tidak termasuk dalam kerangka sampel. Uji coba ini digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas. Kedua, untuk kajian utama, dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada 296 responden. Pengambilan sampel dengan metode *convenience sampling*. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan software SmartPLS 3.0. Berikut ini Gambar 1 bentuk hubungan antar variabel eksogen dan endogen dalam model SEM-PLS:

Gambar 1. Kerangka penelitian

Menurut Garson (2016) dan Achjari (2004) model analisis PLS-SEM terdiri dari dua tahapan, *(a) assessment of the reliability and validity of the measures,* dan *(b) assessment of the structural model.* Evaluasi model penelitian dilakukan dengan dua cara yaitu; pengukuran outer model untuk menilai hasil pengukuran model dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten. Kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model struktural (*inner model*) untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Dalam o*uter model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui validitas konvergen dan validitas diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Uji validitas konvergen dengan indikator reflektif dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Sebagai patokan (*Rule of thumb)* yang biasa digunakan untuk menilai validitas konvergen yaitu nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat konfirmatori dan nilai *loading factor* antara 0,6 – 0,7 untuk penelitian yang bersifat eksploratori serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,5 (Garson, 2016; Sarstedt, Ringle, & Hair, 2017).

Pengukuran dan definisi operasional

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh peran pemerintah, peran masyarakat dan daya tarik wisata terhadap *revisit intention* wisatawan. Sehingga ada 2 jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dengan demikian variabel bebas terdiri dari Peran Pemerintah (PP), Peran Masyarakat (PM) dan Daya Tarik Wisata (DT). Sedangkan variabel terikatnya adalah Revisit Intention Wisatawan (RI) yang terdiri dari empat indikator. Kemudian juga terdapat variabel pemediasi yaitu Daya Tarik Wisata (DT).

Peran pemerintah didefinisikan sebagai keterlibatan langsung dan tidak langsung pemerintah dalam kegiatan pembangunan di suatu wilayah yang dapat mempengaruhi keberhasilan pembangunan. Variabel peran pemerintah tercermin dari indikator peran pemerintah sebagai motivator, fasilitator dan dinamisator (Agustina, dkk., 2019). Kemudian peran masyarakat menurut Buana & Sunarta (2015) merupakan partisipasi masyarakat dalam mengelola lingkungan di kawasan wisata pantai. Curry (2000) juga menyatakan bahwa masyarakat adalah pemilik daya tarik wisata, oleh karena itu, mereka harus dilibatkan dalam pengambilan keputusan tentang sumber daya pariwisata di daerahnya. Sedangkan daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah wisata berupa atraksi wisata yang meliputi keunikan, keaslian, cuaca atau iklim, keindahan serta mampu memberikan manfaat dan nilai bagi wisatawan (Wiratini M et al., 2018 dan Kirom et al., 2016). Terakhir, *revisit intention* wisatawan merupakan bagian dari perilaku dan sikap wisatawan yang

menunjukkan sejauhmana loyalitas dan komitmennya untuk melakukan kunjungan ulang pada suatu destinasi wisata serta merekomendasikan kepada kerabat atau teman mengenai destinasi wisata tersebut (Gholipour Soleimani & Einolahzadeh, 2018; Chan, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan adalah perempuan yaitu sebanyak 57,5%, berdasarkan usia jumlah terbesar adalah antara 41 sampai 50 tahun sebanyak 28,7%. Wisatawan yang melakukan kunjungan Pantai Pariaman lebih dari dua kali adalah sebesar 70,3%. Dari tingkat pendidikan, kebanyakan dari mereka lulus dengan gelar sarjana (49,8%).

Goodness of Fit Outer Model

Pada tahap ini yaitu nilai *Construct Reliability, Validity* dan *Discriminant Validity* merupakan indicator yang harus diperhatikan. Hasil uji ini diukur berdasarkan dari nilai loading faktor (*outer loading*) indikator konstruk. Berikut hasil pengujian reliabilitas dan validitas dari 296 responden yang disajikan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Construct reliability and validity

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Peran Pemerintah (PP)	0.817	0.851	0.872	0.583
Peran Masyarakat (PM)	0.865	0.872	0.901	0.646
Daya Tarik Wisata (DT)	0.892	0.909	0.921	0.701
Revisit Intention Wisatawan (RI)	0.917	0.919	0.941	0.801

Sumber: data primer (diolah), tahun 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* semua variabel lebih besar dari 0.70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) lebih besar dari 0.50. Kemudian untuk nilai cross loading seperti pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. ***Cross Loading***

	Daya Tarik Wisata (DT)	Peran Masyarakat (PM)	Peran Pemerintah (PP)	Revisit Intention Wisatawan (RI)
Daya Tarik Wisata (DT)	0.837			
Peran Masyarakat (PM)	0.716	0.804		
Peran Pemerintah (PP)	0.746	0.683	0.763	
Revisit Intention Wisatawan (RI)	0.861	0.751	0.752	0.895

Sumber: data primer (diolah), tahun 2021

Berdasarkan Tabel 2 nilai validitas diskriminan sudah memenuhi syarat kelayakan karena semua variabel memiliki nilai *cross loading* lebih besar dari 0.70.

Goodness of fit Inner Model

Goodness of fit dari model structural diuji dengan menggunakan nilai predictive relevance (Q^2). Nilai R^2 setiap variabel endogen dapat dilihat pada Tabel 3.

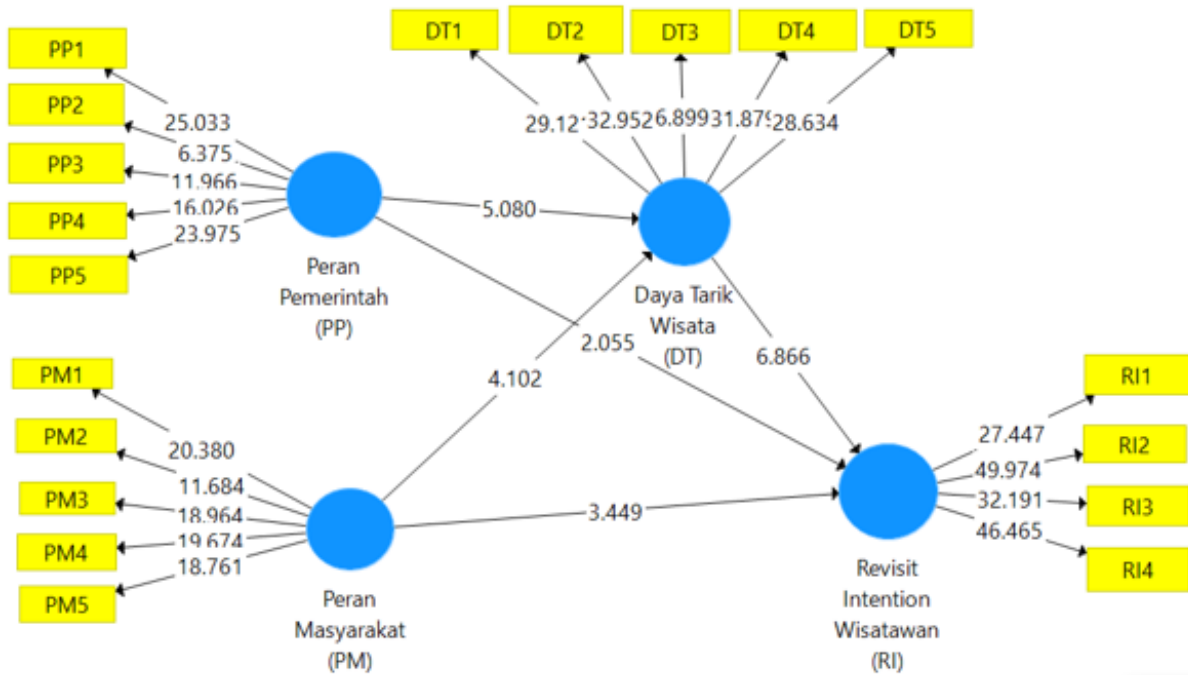
Tabel 3. Nilai R^2 variabel endogen

Variabel Endogen	R Square
Daya Tarik Wisata (DT)	0.636
Revisit Intention Wisatawan (RI)	0.790

Sumber: data primer (diolah), tahun 2021

Nilai predictive-relevance diperoleh dengan rumus:
$Q^2 = 1- (1-R1^2)\ (1-R2^2)\ .....(1-Rp^2)$
$Q^2 = 1- (1-0.636^2)\ (1-0.790^2)$
$Q^2 = 0{,}776$

Perhitungan diatas memperlihatkan besarnya nilai Q^2 adalah 0,776, yakni lebih besar dari 0. Dengan demikian dapat diartikan bahwa 77,6% variasi pada variabel *revisit intention* wisatawan dijelaskan oleh variabel yang digunakan pada model. Sisanya 22,38% dijelaskan oleh faktor lainnya diluar model. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini memiliki nilai predictif relevan.

Untuk melakukan pengujian hipotesis, perlu dilakukan proses *bootsrapping* pada software SmartPLS. Hasil bootsrapping tersebut dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini:

Gambar 2. Koefisien jalur setelah uji indikator (Data primer, 2021)

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuat keputusan diterima atau tidaknya sebuah hipotesis yang diajukan. Dengan menggunakan fungsi bootstrapping yang ada pada software SmartPLS 3.0. Hipotesis dinyatakan diterima apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 atau t-value melebihi nilai kritisnya (Hair et al., 2019). Nilai t-statistics untuk tingkat signifikansi 0,05 adalah sebesar 1,96. Melalui proses *bootsrapping*, diperoleh nilai Path Coefficient yang sajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Pengaruh langsung

	Konstruk	Koefisien	Rata-rata	Standar Deviasi	t-Statistik	P Values	Hasil
H1	Peran Pemerintah (PP) -> Daya Tarik Wisata	0,483	0,490	0,095	5,080	0,000	Diterima
H2	Peran Pemerintah (PP) -> *Revisit Intention* Wisatawan (RI)	0,171	0,175	0,083	2,055	0,000	Diterima
H3	Peran masyarakat (PM)-> Daya Tarik Wisata	0,386	0,383	0,094	4,102	0,000	Diterima
H4	Peran Masyarakat (PM)-> *Revisit Intention* Wisatawan (RI)	0,224	0,221	0,065	3,449	0,001	Diterima
H5	Daya tarik wisata (DT) -> Revisit Intention Wisatawan (RI)	0,573	0,571	0,083	6,866	0,000	Diterima

Sumber: Hasil penelitian, diolah dengan Smart PLS 3.0, 2021

Tabel 3 merupakan hasil dari pengaruh langsung yang menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat diterima karena nilai t-statistik nya > 1,96 dan P value < 0,05.

Untuk melihat hubungan tidak langsung dari peran pemerintah dan peran masyarakat terhadap *revisit intention* wisatawan yang dimediasi oleh daya tarik wisata, dapat lihat pada tabel 4. Nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel dan jika t hitung lebih besar daripada nilai t tabel (> 1,96) maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi secara signifikan.

Tabel 4. Pengaruh tidak langsung

	Konstruk	Koefisien	Rata-Rata	Standar Deviasi	t-statistik	P Values	Hasil
H6	Peran Pemerintah (PP) -> Daya Tarik Wisata (DT) -> Revisit Intention_(RI)	0,276	0,281	0,076	3,652	0,000	Diterima
H7	Peran Masyarakat (PM) -> Daya Tarik Wisata (DT) -> Revisit Intention_(RI)	0,221	0,218	0,059	3,771	0,000	Diterima

Sumber: Hasil penelitian, diolah dengan Smart PLS 3.0, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh peran pemerintah dan peran masyarakat terhadap revisit intention wisatawan yang dimediasi oleh daya tarik wisata karena nilai t statistic lebih besar dari 1,96 dan P *value* < 0,05.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pemerintah berdampak terhadap daya tarik wisata, hal ini disebabkan karena fasilitas, sarana dan prasarana yang ada di kawasan wisata Pantai Pariaman disediakan oleh pemerintah. Selain itu, upaya penyediaan fasilitas, pembangunan sarana dan prasarana wisata juga didukung oleh adanya keunikan dan aneka kuliner tradisional, tempatnya strategis, dan keindahan alam di kawasan wisata Pantai Pariaman. Temuan ini sejalan dengan Agustina et al. (2019) bahwa peran pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas daya tarik wisata di Desa Wisata Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Ini berarti bahwa apabila peran pemerintah ditingkatkan, maka kualitas destinasi wisata juga akan meningkat. Sejalan dengan hal ini Afandi, Sunarti, & Hakim (2017) menyatakan pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berperan dalam melakukan perencanaan

dalam meningkatkan daya tarik wisata serta sarana dan prasarana untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Kemudian peran pemerintah berdampak terhadap *revisit intention* wisatawan. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah yang berkaitan dengan kunjungan wisatawan seperti terjaganya keamanan dan kenyamanan pengunjung, ketersediaan fasilitas ditempat wisata, kebijakan tarif tiket masuk dan parkir. Sehingga hal ini menunjukkan pentingnya peran pemerintah dalam hal regulator, fasilitator, dan motivator dalam aktivitas wisata di Pantai Pariaman.

Peran masyarakat berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata. Masyarakat dapat berperan dalam memberikan daya tarik terhadap destinasi wisata, seperti pemberdayaan masyarakat di lingkungan wisata (keterlibatan dalam pengambilan keputusan, dalam menyediakan produk-produk yang dibutuhkan oleh wisatawan seperti souvenir, oleh-oleh khas Pariaman, dan lainnya), menjadi pemandu wisata, sebagai informan, menjaga kebersihan dan ketertiban lingkungan wisata serta adanya pelayanan yang ramah dan sopan terhadap wisatawan. Temuan ini sejalan dengan Kurniawati, Hamid, & Hakim (2018) menyatakan bahwa peran masyarakat Desa Wisata Tulungrejo berdampak terhadap pengembangan daya tarik desa wisata, hal ini terbukti dari banyak aktivitas pariwisata dan diversifikasi produk yang beragam yang merupakan partisipasi masyarakat setempat. Hal ini juga sependapat dengan Agustina et al., (2019) bahwa peran masyarakat secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas daya tarik wisata di Desa Wisata Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Selain itu, temuan Thetsane (2019) bahwa keterlibatan masyarakat sangat penting dalam hal meningkatkan daya tarik wisata di daerahnya, oleh karena itu masyarakat harus dilibatkan sejak tahap awal perumusan kebijakan pariwisata. Hal ini juga didukung oleh Curry (2000), yang mengemukakan bahwa masyarakat adalah pemilik daya tarik wisata, oleh karena itu, mereka harus dilibatkan dalam pengambilan keputusan tentang sumber daya pariwisata di daerahnya.

Kemudian temuan penelitian juga menunjukkan peran masyarakat berdampak terhadap *revisit intention* wisatawan pada kawasan wisata pantai Pariaman. Masyarakat di lokasi wisata dapat adalah orang yang paling dekat dengan wisatawan, mereka dapat berperan dalam memenuhi kebutuhan wisatawan dalam hal sebagai informan, pemandu wisata dan membantu hal-hal terkait aktivitas wisatawan. Temuan ini sejalan dengan Cazan (2018) dan Wiyono (2019), dimana keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam pariwisata berpengaruh atau dapat menjadi penentu terhadap semua aspek pengembangan wisata dan peningkatan kunjungan ulang wisatawan.

Selanjutnya, daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* wisatawan. Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Pantai Pariaman memiliki keunikan dan kekayaan alam serta budaya. Hal ini berdampak terhadap kunjungan ulang wisatawan karena dapat memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Seperti keunikan wisata dan atraksi budaya lokal (atraksi tabuik) dapat mendatangkan banyak wisatawan ke Pantai Pariaman. Daya tarik yang ada di Pantai Pariaman itu sendiri adalah pantainya. Pantai yang indah dan sangat menarik untuk dikunjungi, disamping itu terdapat faktor lain yang menunjang wisatawan untuk berkunjung ke destinasi ini, seperti adanya mercusuar dapat membantu wisatawan menikmati keindahan pantai dari ketinggian, kemudian dari sisi kuliner (makanan dan minuman) yang ditawarkan, tersedianya arena bermain untuk anak-anak, area parkir yang memadai dan banyak lainnya. Temuan ini sejalan dengan Nurlestari (2016); Kirom, Sudarmiatin, & Adi Putra, (2016); Hermawan (2017); Basiya & Rozak, (2012) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata berdampak terhadap kepuasan dan kunjungan ulang wisatawan. Indikator daya tarik wisata (Nurlestari, 2016) adalah daya tarik wisata alam, bangunan dan arsitektur, daya tarik wisata yang dikelola khusus dan daya tarik wisata budaya. Sedangkan Kirom et al., (2016) menggunakan indikator daya tarik wisata yaitu faktor budaya, keunikan, promosi, keramahtamahan, biaya, dan kualitas layanan.

Pengujian terhadap pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa peran pemerintah dan masyarakat berdampak terhadap *revisit intention* wisatawan yang dimediasi oleh daya tarik wisata pantai Pariaman. Hal ini menunjukkan bahwa baik secara langsung maupun tidak langsung, peran pemerintah dan masyarakat besar pengaruhnya dalam pengembangan dan kelangsungan destinasi wisata. Sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam membuat kebijakan agar kunjungan ulang wisatawan terhadap kawasan wisata pantai Pariaman dapat menjadi prioritas dalam kebijakan pariwisata pantai Pariaman.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris dalam hal dampak langsung dan tidak langsung variabel peran pemerintah dan masyarakat terhadap *revisit intention* wisatawan pada kawasan wisata pantai di Kota Pariaman. *Revisit intention* wisatawan dapat dipengaruhi oleh daya tarik wisata pantai Pariaman, baik melalui hubungan langsung maupun hubungan tidak langsung. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan teori konsep pariwisata dan juga dapat digunakan untuk membantu memecahkan masalah kunjungan ulang wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga menjelaskan pengaruh mediasi daya tarik wisata dalam hubungan antara peran pemerintah dan peran masyarakat terhadap *revisit intention* wisatawan

Ucapan terima kasih

Akhirnya, saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengumpulan data dan penyelesaian artikel.

REFERENSI

Achjari, D. (2004). Partial Least Square : Another Method of Structural Equation Modeling Analysis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, *19*(3), 238–248.

Afandi, A., Sunarti, S., & Hakim, L. (2017). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Pulau Gili Noko Kabupaten Gresik (Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *49*(1), 116–121. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Agustina, M. D. P., Budhi, M. K. S., Utama, M. S., & Yasa, I. G. W. M. (2019). the Influence of Government Role, Community Participation and Social Capital on the Quality of Destination and Community Welfare in the Tourism Village of Badung Regency Province of Bali. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, *92*(8), 235–251. https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.26

Alegre, J., & Cladera, M. (2009). Analysing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return. *European Journal of Marketing*, *43*(5–6), 670–685. https://doi.org/10.1108/03090560910946990

Ameer, I. A. (2013). Satisfaction- A behavioral perspective on consumer: Review, criticism and contribution. *International Journal of Research Studies in Management*, *3*(1), 75–82. https://doi.org/10.5861/ijrsm.2013.406

Ariana, J. (2017). *Factors Influencing Tourism Destinations Attractiveness The Case of Malaga*. Radboud University, Nijmegen.

Badarneh, M. B., Puad, A., & Som, M. (2001). Factors Influencing Tourists ' Revisit Behavioral Intentions and Loyalty. *Tourism Management*, *18*(2), 10.

Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, *27*(3), 785–804. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5

Basiya, R., & Rozak, A. H. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali

Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataan*, *XI*(2), 1–12.

Bintarti, S., & Kurniawan, E. N. (2017). A Study of Revisit Intention: Experiential Quality and Image of Muara Beting Tourism Site in Bekasi District. *European Research Studies Journal*, *20*(2), 521–537. https://doi.org/10.35808/ersj/657

Buana, W. D., & Sunarta, I. (2015). Peranan Sektor Informal Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan Di Daya Tarik Wisata Pantai Sanur. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, *3*(1), 35–44. https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2015.v03.i01.p05

Cazan, I.-C. (2018). Community Participation in Tourism Destination Development : A Literature Review. *Strategies and Development Policies of Territories: International, Country, Region, City, Location Challenges*, 219–228. http://proceedings.lumenpublishing.com/ojs/index.php/lumenproceedings The

Chan, S. (2018). Factors Affecting Revisit Intention With Customer Satisfaction As a Mediating Variable in Eco Friendly Resorts. *Jurnal Manajemen Inovasi*, *9*(1), 1–13. https://doi.org/10.24815/jmi.v9i1.11416

Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, *44*(3), 137–152. https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3

Curry, N. (2000). Community participation in outdoor recreation and the development of millennium greens in england. *Leisure Studies*, *19*(1), 17–35. https://doi.org/10.1080/026143600374815

Dodds, R., & Holmes, M. R. (2018). Beach tourists; what factors satisfy them and drive them to return. *Ocean and Coastal Management*, *168*(October 2018), 158–166. https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2018.10.034

Garson, G. D. (2016). Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models. In *G. David Garson and Statistical Associates Publishing*.

Gholipour Soleimani, A., & Einolahzadeh, H. (2018). The influence of service quality on revisit intention: The mediating role of WOM and satisfaction (Case study: Guilan travel agencies). *Cogent Social Sciences*, *4*(1), 1–14. https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1560651

Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism Principles, Practices, Philosophies* (Twelfth Ed). John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. www.wiley.com/go/permissions.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighth Edi). Annabel Ainscow. https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4

Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Wahana Informasi Pariwisata : MEDIA WISATA*, *15*(1). https://doi.org/10.31219/osf.io/89hqd

Hu, H. H., Kandampully, J., & Juwaheer, D. D. (2009). Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: An empirical study. *Service Industries Journal*, *29*(2), 111–125. https://doi.org/10.1080/02642060802292932

Idris, M. T., Ati, N. U., Abidin, A. Z., Publik, J. A., Admiministrasi, F. I., Malang, U. I., Mt, J., Malang, H., Unisma, L., Mt, J., & Malang, H. (2019). Jodipan dan Kampung Tridi (Studi Kasus di Kelurahan Jodipan dan Kelurahan Kesatrian Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Respon Publik*, *13*(4), 68–77.

Inskeep, E., & Mills, S. (1995). National and Regional Tourism Planning - Methodologies and Case Studies. In *Tourism Management* (Vol. 16, Issue 4).

Kirom, N. R., Sudarmiatin, S., & Adi Putra, I. W. J. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan - Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, *1*(3), 536–546. https://doi.org/10.17977/jp.v1i3.6184

Kurniawati, E., Hamid, D., & Hakim, L. (2018). Peran Masyarakat Dalam Perencanaan dan Pengembangan Desa Wisata Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *54*(1), 8–14.

Kusuma, M. I., Rachmawati, T. A., & Sari, N. (2017). Pengurangan Risiko Bencana Tsunami Pesisir Pantai : Studi Kasus Pantai Puger , Jember. *Jurnal Kajian Ruang-Sosial Budaya*, *1*(1), 107–125. https://doi.org/10.21776/ub.sosiologi.jkrsb.2017.001.1.08

Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, *27*(4), 589–599. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.003

Nugraha, Y. E. (2021). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam di Kabupaten TTS: Studi Kasus Daya Tarik Wisata Pantai Oetune. *Media Wisata*, *19*(1), 67–83. https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.67

Nurjannah. (2019). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Objek Wisata di Pulau Bokori Kabupaten Konawe. *Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi*, *4*(1), 177–189.

Nurlestari, A. fitri. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, *2*, 1–9.

Pariaman, B. P. S. K. (2018). *Kota Pariaman Dalam Angka 2018*.

Robinson, P., Lück, M., & Smith, S. (2017). An introduction to tourism. In L. J. Lickorish & C. L. Jenkins (Eds.), *Tourism* (first edit). https://doi.org/10.1079/9781780642970.0003

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Issue September). Springer MRW. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8

Scott, D. (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, *16*(1), 79–90. https://doi.org/10.1300/J073v16n01_08

Thetsane, R. M. (2019). Local Community Participation in Tourism Development: The Case of Katse Villages in Lesotho. *Athens Journal of Tourism*, *6*(2), 123–140. https://doi.org/10.30958/ajt.6-2-4

Um, S., Chon, K., & Ro, Y. H. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research*, *33*(4), 1141–1158. https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.003

UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism Governance and Management in Coastal Areas of Africa* (First). website: www.unwto.org

Vengesayi, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, *14*(5), 621–636. https://doi.org/10.3727/108354209X12597959359211

Wiratini M, N. N. A., Setiawan, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, *1*, 279. https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i01.p10

Wiyono, G. (2019). Efek Partisipasi Masyarakat Terhadap Kepuasan dan WOM Destinasi Wisata Candi Borobudur. *Upajiwa Dewantara*, *3*(1), 54–66.

WU, L., & Hayashi, H. (2014). An Analysis of Tourist Perception and Attitude toward Disasters: A Case Study of Recent Chinese Large Earthquake Disasters. *Journal of Social Safety Science*, *24*(24), 311–320. https://doi.org/10.11314/jisss.24.311